

RELATÓRIO – INCEPTION

Visão do produto

Conteúdos

Visão do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
2 Contexto do negócio e novas oportunidades	2
2.1 Caracterização da organização e área de atuação	2
2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade	2
2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor	2
2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema	3
3 Definição do produto	3
3.1 O conceito do produto	3
3.2 Visão geral dos casos de utilização	4
3.3 Ambiente de utilização	4
4 Referências e recursos suplementares	4

1 Introdução

1.1 Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da fase de *Inception*, adaptada do método OpenUP, em que se caracteriza o conceito do produto a desenvolver.

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela Auchan em resposta às **queixas de enorme dificuldade dos clientes em encontrar os produtos na sua loja**.

A Auchan que atua na área da **distribuição comercial** visa agora, com o novo sistema, diminuir o tempo, que funcionários e clientes, perdem a procura artigos, aumentando assim a eficiência dos empregados e a satisfação do cliente, com isto, espera-se um crescimento nos lucros de forma indireta.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: localização de produtos através de pesquisa, alteração de stock, adicionar e remover produtos, entre outros.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto, consultou informações na web, procurou problemas à sua volta, após de selecionarmos um destes problemas, criamos um inquérito com intuito de tentar entender se, este problema era de facto algo que afetava a população. Conseguimos angariar 225 respostas até à data (02/12/2022), respostas que vieram corroborar a informação que conseguimos da Auchan.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
27/11/2022	André Ribeiro	Realização da parte introdutória, mais concretamente o sumário executivo.
28/11/2022	André Ribeiro Daniel Ramos	Realização/Revisão do tópico Caracterização da organização e área de atuação
29/11/2022	André Ribeiro Daniel Ramos	Realização/Revisão do tópico Definição do produto, finalização do trabalho como um todo.
02/11/2022	André Ribeiro Daniel Ramos	Conclusão do relatório com revisão no conteúdo dos textos.

2 Contexto do negócio e novas oportunidades

2.1 Caracterização da organização e área de atuação

O promotor deste projeto é a Auchan.

Esta empresa está organizada em diversas unidades de hipermercados/supermercados em Portugal, no entanto, esta é oriunda de França.

A organização, atua em duas ramos principais, a venda de produtos e a prestação de serviços técnicos de reparação aos equipamentos vendidos. Os seus clientes alvo são cidadãos comuns a empresas, restaurantes.

2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

Com o aumento da população humana e a conexão mundial, surge a necessidade de fazer grandes superfícies de comércio, no entanto, estes grandes armazéns têm um problema inédito. O aumento do número de produtos a serem vendidos, aumenta a dificuldade de os encontrar, resultando na dificuldade de introduzir novos utilizadores aos bens fornecidos por estas superfícies.

A Auchan, com a análise de queixas tanto no livro de reclamações, como no site oficial, nos emails da organização e nas suas redes sociais, apercebeu-se que cerca de 90% das queixas eram referentes à dificuldade em encontrar vários produtos e que a disposição da loja alterava frequentemente o que fazia com que os clientes estivessem demasiado tempo no estabelecimento. Não existia ainda no mercado uma aplicação que conseguisse suprimir as reclamações dos clientes.

Esta transformação mundial levou a que o nosso promotor tivesse de acompanhar as necessidades dos clientes e assim investir numa transformação digital introduzindo a FindIt no seu ecossistema.

2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

A transformação digital proposta é a implementação de uma aplicação de localização de produtos nas lojas, isto é o utilizador ao pesquisar por um determinado produto a aplicação devolve a posição exata na loja do artigo ilustrada num mapa (por exemplo, o cliente pesquisa: leite Auchan e a aplicação devolve corredor 23 prateleira 4 e a possibilidade de visualizar no mapa)

A através desta transformação digital, irá ser mais fácil introduzir novos clientes, e manter os clientes atuais por causa do aumento do seu grau de satisfação e como os clientes ficam satisfeitos compra mais produtos o que resulta em lucro para a empresa.

Esta transformação digital pode ser tanto útil para o cliente como para a loja em si, para os repositores vai ser mais fácil saber onde colocar os produtos. E para os funcionários do Marketing basta aceder ao

layout e alterá-lo para disposição que deseja que automaticamente será atualizado na aplicação e disponibilizado ao cliente.

A vantagem desta transformação digital é que é única, ou seja, não existe qualquer concorrência. Para além de que a utilidade não se fixa na localização de produtos, pois com esta transformação digital seria mais simples ter acesso a dados sobre favoritismo de produtos, o que comprem mais ou procuram mais para além de que várias campanhas de marketing podiam ser inseridas nesta aplicação.

2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
Utilizadores não encontram os seus produtos	Diminuir a possibilidade de o cliente ir se embora sem comprar o produto que queria
Os produtos estão mal identificados nas diretrizes da loja	Reduzir a necessidade de utilizar as diretrizes da loja
Demasiado tempo a fazer reposições por não se saber a localização exata do produto	Diminuir o tempo que se gasta em reposições sendo que com um layout bem definido e disponível para todos os funcionários seria muito mais fácil e rápido
Os funcionários muitas vezes não conseguem orientar o cliente por não saber onde estão os artigos	Tornar o cliente mais autónomo, não dependendo tanto do funcionário
Demasiado tempo em lojas	Diminuir em pelo menos 50% o tempo que os clientes gastam em compras
Falta de rentabilização dos produtos por não serem encontrados	Aumentar a rentabilização da loja pois todos os produtos são comprados e a satisfação do cliente é maior

3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

Para o/a:	Utilizador de uma superfície comercial.
Que apresenta:	Aplicação móvel/Web 'FindIt'.
O produto:	Aplicação que permite através de uma pesquisa localizar a posição exata do produto que o cliente procura.
Que:	Providencia um método de procura de produtos fácil e eficaz que satisfaz o cliente por agilizar o processo de compra, visto que este não tem de procurar o item que não encontra, produz lucro através tanto da satisfação do cliente como na economia de tempo dos funcionários.
Ao contrário de:	Ao invés disso o método seria procura o producto pela loja .
O nosso produto:	Com apenas uma instalação do produto, é possível ter acesso a um método inovador de procura de artigos, através de quatro principais funcionalidades. procurar artigos, localizar artigos, ranking de artigos e mapear a loja.

3.2 Visão geral dos casos de utilização



3.3 Ambiente de utilização

O sistema tem de ser capaz de funcionar em browsers modernos, e em apps para Android e iOS. O sistema inicial deve suportar milhares de utilizadores ao mesmo tempo e por isso a implementação deve ser realizada em mais do que um servidor. Deverá ter também ter um guia explicativo para tornar o sistema mais prático ainda.

4 Referências e recursos suplementares

<https://forms.gle/GhUMwTedqZyTvji7Z9>

<https://www.auchan.pt/>

<https://www.auchan-retail.pt/>